



学校编码: 10384

学号: X2005155153

分类号\_\_\_\_密级\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_

廈門大學

硕士学位论文

# A 保险公司车险差异化营销分析

Differential Marketing Analysis of Auto Insurance  
in A Insurance Company

郑仕杰

指导教师姓名: 赵 蓓 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2010 年 7 月

论文答辩日期: 2010 年 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2010 年 7 月

① 保险公司车险差异化营销分析

郑仕杰

指导教师: 赵 蓓 教授

厦门大学

厦门大学博硕士论文摘要库

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 摘 要

本文分析了中国保险市场、汽车消费市场、车险监管环境、车险发展趋势以及车险市场划分，总结成了A保险公司车险的营销机会。同时，通过对目前A保险公司面临的发展问题的分析，提出了创新车险营销渠道和客户服务的必要性。

本文运用MBA课程中相关理论知识，结合自身从事保险营销工作的直接体会，根据公司目前的实际情况，提出了车险营销渠道差异化和客户服务差异化的车险经营策略。

本文通过构建车险营销渠道差异化策略和客户服务差异化策略，提出了四项车险差异化措施，即通过对电话呼叫中心平台的功能扩展应用来达到低成本、低能耗、高效率的电话销售策略，充分利用寿险公司业务营销员资源的交叉销售策略，通过 3G 无线网络技术应用来提高理赔服务效率的移动远程查勘策略，以及通过理赔公估公司外包理赔服务环节的理赔外包策略，为提高 A 保险公司车险销售业绩、增加车险市场份额、提升公司车险盈利能力提供一些帮助。最后总结得出车险差异化经营研究对公司的发展具有重要的意义。

关键词：车险；差异化；A 保险公司

厦门大学博硕士论文摘要库



## **Abstract**

This paper has analyzed the insurance market of China, consumer market of automobile, regulatory environment and development trend of auto insurance, and summarized them into the marketing opportunities of A insurance company auto insurance. In the meantime, through the analysis of the development of A insurance company auto insurance, it also proposes the necessity to innovate marketing channels and customer services of auto insurance.

By using related theoretical theories learned from the MBA courses, combining personal experiences of working in the field of insurance marketing, and based on the status quo of the company. This paper proposes the differentiation business strategies of auto insurance marketing channels and customer services.

By constructing the differentiation strategies of auto insurance marketing channels and customer services, this paper proposes four auto insurance differentiation strategies, namely telemarketing strategy which achieves low-cost, low-energy consumption and high-efficiency through the extended application of the phone call center platform, the cross-selling strategy which adequately utilizes the business salesmen resources of the life insurance company, mobile remote survey strategy which improves efficiency of the claim settlement services through the application of 3G wireless network technology and the claim settlement outsourcing strategy by outsourcing claim settlement services to claim settlement assessment company. The objective is to help improve the sales performance of A insurance company auto insurance, increase its share of the auto insurance market and improve the company's profitability. In the end, it concludes the important significance of studies on auto insurance differentiation for the company development.

**Key Words:** Auto Insurance; Differentiation; A Insurance Company.

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录	
<b>第 1 章 绪论</b>	<b>1</b>
1.1 问题提出	1
1.2 研究意义	2
1.3 理论综述	3
1.4 研究方法	9
1.5 基本思路	10
<b>第 2 章 机动车辆保险概述</b>	<b>11</b>
2.1 我国保险业发展状况	11
2.2 车险简介	13
2.3 我国车险发展现状	15
2.4 国外车险简介	17
2.5 车险盈利模式	19
2.6 本章小结	22
<b>第 3 章 A 保险公司车险发展现状</b>	<b>23</b>
3.1 公司简介	23
3.2 A 保险公司车险发展现状	24
3.3 车险发展面临的问题及分析	28
3.4 本章小结	30
<b>第 4 章 A 保险公司车险发展机会分析</b>	<b>32</b>
4.1 车险营销环境分析	32
4.2 福建车险提供者	38
4.3 本章小结	45
<b>第 5 章 A 保险公司车险差异化构想</b>	<b>46</b>
5.1 车险营销渠道差异化	46
5.2 车险服务差异化	53
5.3 本章小结	58
<b>结束语</b>	<b>59</b>
<b>参考文献</b>	<b>60</b>
<b>致 谢</b>	<b>61</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
1.1 Background .....	1
1.2 Research Purposes.....	2
1.3 Literature Reviews.....	3
1.4 Research Methods.....	9
1.5 Research Structure.....	10
<b>Chapter 2 Auto Insurance Reviews.....</b>	<b>11</b>
2.1 Development of Insurance Industry in China.....	11
2.2 Introduction to Auto Insurance .....	13
2.3 China Auto Insurance Overviews.....	15
2.4 Foreign Auto Insurance States .....	17
2.5 Profit Model of Auto Insurance.....	19
2.6 Chapter Summary .....	22
<b>Chapter 3 Auto Insurance Development of A Insurance Company...23</b>	
3.1 Introduction to A Insurance Company.....	23
3.2 A Insurance Company Development of Auto Insurance.....	24
3.3 Present Problems .....	28
3.4 Chapter Summary.....	30
<b>Chapter 4 Auto Insurance Prospects of A Insurance Company.....32</b>	
4.1 Marketing Environment of Auto Insurance.....	32
4.2 Auto Insurance Providers in Fujian.....	38
4.3 Chapter Summary.....	45
<b>Chapter 5 Differential Marketing Ideas of Auto Insurance.....46</b>	
5.1 Marketing Channels Differentiation.....	46
5.2 Customer Services Differentiation.....	53
5.3 Chapter Summary .....	58
<b>Conclusions.....</b>	<b>59</b>
<b>References.....</b>	<b>60</b>
<b>Acknowledgement.....</b>	<b>61</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 第1章 绪论

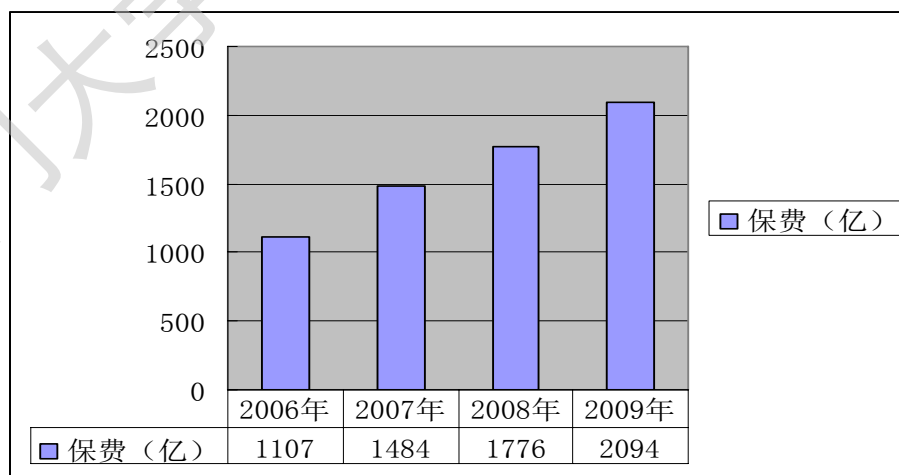
### 1.1 问题提出

进入二十一世纪，中国经济的快速发展，人民收入快速增加，汽车消费市场以惊人的速度向前发展。2005 年中国的新车销量（含进口车）达到 592 万辆，高于日本去年的 580 万辆，从而取代日本成为全球第二大汽车消费国。

汽车工业的快速发展带动了其它相关行业的同步发展，机动车辆保险在保险行业的占比越来越高，我国自 1980 年恢复国内保险以来，机动车辆保险从最初占整个财产保险份额的 2%到 1988 年的 37.6%，第一次超过了企业财产保险 35.99%，成为财产保险公司中保费最高，影响力最大的一个险种，之后该险种每年都以较快的增长速度快速发展。

根据公安部信息，截至 2009 年 6 月底，中国机动车保有量超 1.7 亿。2009 年上半年，中国私人机动车保有量近 1.36 亿辆，占机动车总量的 76.84%。从单车 2000 元左右到几千元不等的保费来看，车险市场容量将稳定在 2000 亿以上。

图 1-1 2006-2009 年全国车险保费增长情况



资料来源：中国保险报，刘东，机动车保险发展方式，2010.2.18.

在我国保险业，汽车保险有着不可撼动的地位。从图 1-1 可以清楚地看到，2006 年，中国机动车辆保险保费收入为 1107.87 亿元，同比增长 29.1%，占财产

险公司业务比重为 70.1%；2007 年中国车险业保费收入为 1484.3 亿元，同比增长 34%，占财产险公司业务比重为 71.1%，对产险保费增长贡献率为 73.9%；2008 年的车险市场在受到一系列新政策以及经济低迷导致汽车消费能力减弱的影响下，行业增速明显放缓。2008 年，中国机动车辆保险保费收入为 1776 亿元，同比增长 16.63%，占财产险公司业务的比重为 68.58%。汽车保险稳居国内产险业第一大险种。

中国汽车消费市场十分诱人，车险市场也十分诱人，使得保险公司争先恐后进入车险市场，就福建保险市场<sup>①</sup>来说，从八年前的 3 家产险公司发展发展到 2009 年 18 家，竞争主体增加到八年前的 6 倍，由于车险业务在财产保险公司中的占比高达 60%以上，所以车险经营效益直接关系到财产保险公司的经营效益，各家保险公司都想尽办法拼抢车险这一市场，竞争十分激烈，多数公司是通过价格战来争得业务来源，利润空间越来越小。2006 年以来，产险市场已连续三年出现行业性承保亏损，2008 年承保亏损更是高达 125 亿元，综合成本率达 106.7%。而 2009 年车险赔款支出却呈同比增长之势。当然，A 保险公司也不例外，车险市场份额停滞不前，经营效益不断下滑。车险市场如果发展下去，无疑于“自残自杀”。在这种情况下，A 保险公司必须面对现实，认真分析原因，寻求解决方案，保住公司的份额和效益。

## 1.2 研究意义

本人于十五年前就加入 A 保险公司<sup>②</sup>，亲自经历了车险市场的变迁，并在实际的工作中，就车险管理方面积累了一些素材与经验。随着自己从业经验和业务知识的不断积累，对如何提高车险市场占有率，如何提升盈利能力等问题的思考越来越多。通过两年多 MBA 课程的学习，本人尝试运用 MBA 期间所学习的相关理论知识，结合自己的从业经验，对车险经营进行系统的分析和总结，构建了 A 保险公司车险经营差异化策略，以期 A 保险公司在福建车险市场中保持并扩大的领先优势提供些许帮助。

目前国内对车险差异化经营的研究资料很少，在学术文献方面，至今没有发现针对车险差异化经营的系统全面的实证研究。所以，笔者也希望自己的尝试，

<sup>①</sup> 在本文中提到的福建保险市场和福建车险市场，均指除厦门之外。

<sup>②</sup> A 保险公司为福建省的一家财产保险公司，其总公司设在上海。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库